

Programación radiofónica

Formatos

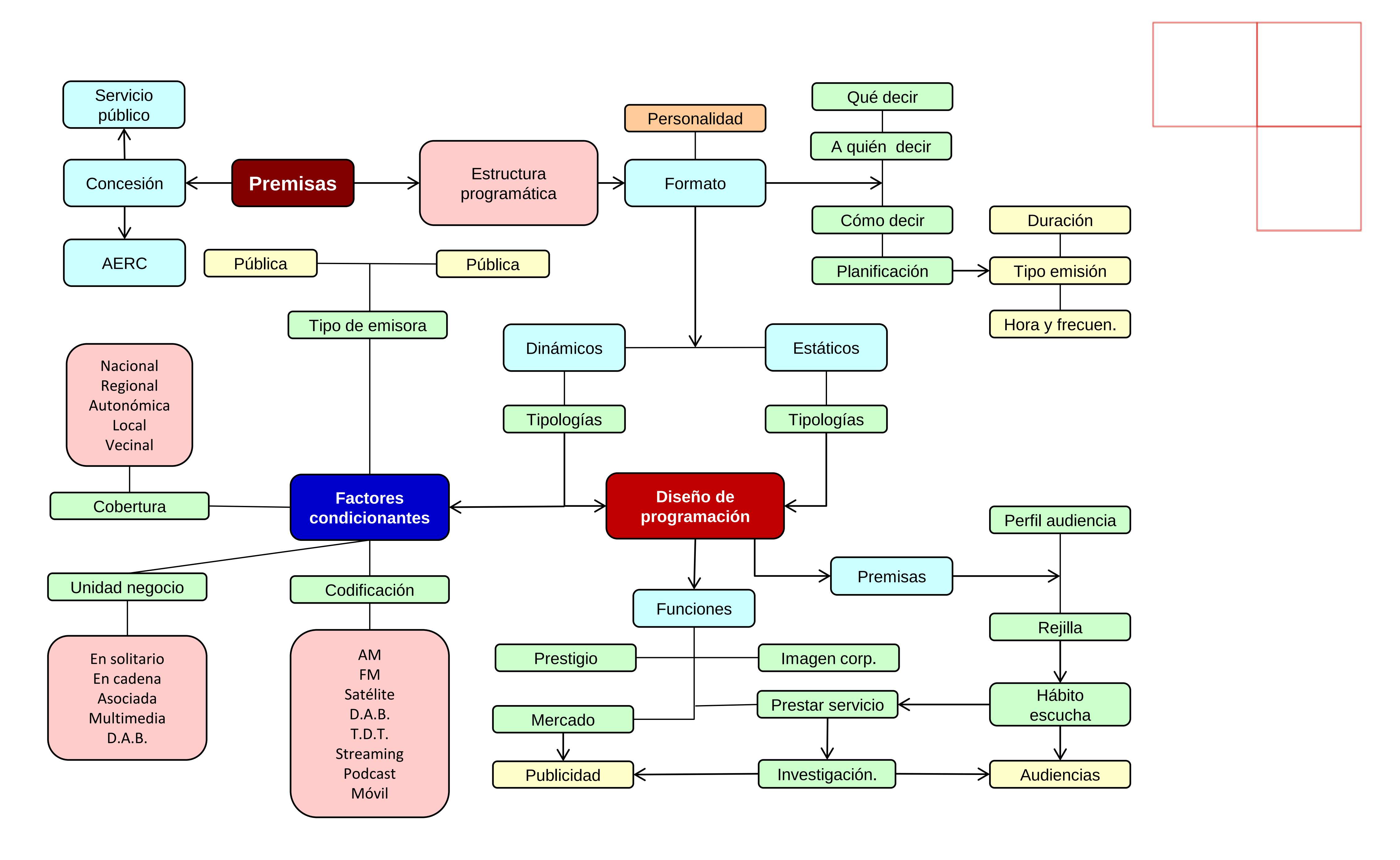
Ve más allá



00

Premisas

Mapa conceptual formatos radiofónicos



Universidad Europea



Premisas

A) Concesión administrativa.

. Optimización del espectro radioeléctrico.

B) Consideración legal de Servicio Público:

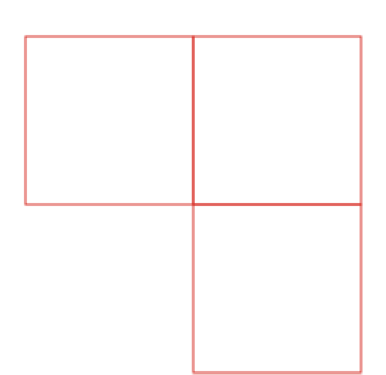
. ¿Qué se entiende por Servicio Público?

. General, aplicada al concepto de información y atención a la ciudadanía como garante de sus derechos y libertades.

. Específica, aplicada al tipo de emisora (pública o privada) o a la forma de programar contenidos.

C) Junio de 2.002.

La AERC (Asociación Española de Radios Comerciales) en su Asamblea General solicita al gobierno de la nación:





"Una Ley que modernice y facilite la gestión del sector"

"La sustitución legal de `servicio público´ (reservada para las emisoras públicas) por la de ***`actividad de interés general´***".

Como consecuencia, "cambiar de `concesión administrativa´ a mera `autorización

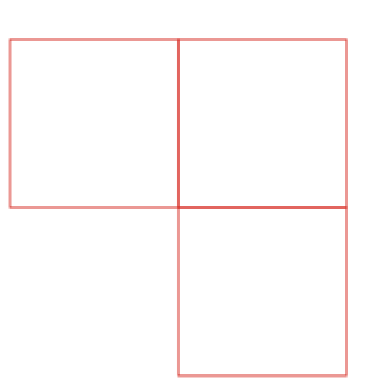




01

Estructura programática

1. El proyecto: La estructura programática



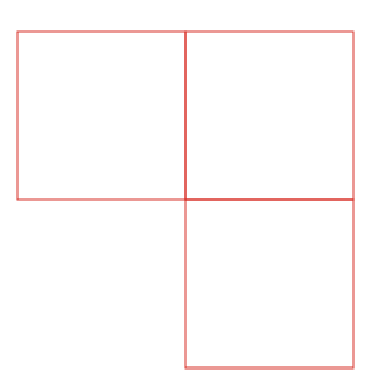
1.1. Hay que encontrar una idea, una forma, una estructura, una personalidad propia para el programa.

1.2. La estructura formal lleva semanas y hasta meses encontrarla. Después hay que buscar un buen título para el programa:

- 1.2.1. Saber qué vamos a decir
- 1.2.2. Para qué lo vamos a decir
- 1.2.3. A quién se lo vamos a decir
- 1.2.4. Cómo se lo vamos a decir
- 1.2.5. Planificación.

Universidad Europea

1. El proyecto: La estructura programática



1.3. Generalmente, para concretar un proyecto, se escribe un guion piloto que sirve de modelo para toda la serie. Aquí plasmamos las características formales del programa en cuestión.

1.3.1. Puede suceder que a los tres programas se vaya perdiendo el interés pese a tener un piloto muy bueno.

Esto es debido a que nos quedamos sin temas o a que la estructura resultó demasiado limitada y constreñida, demasiado disfuncional.

1.3.2. Se deben, por tanto, planificar todas las emisiones de la serie (siempre y cuando no sean programas basados en la información de actualidad).

2. Duración, horario y frecuencia

2.1. Duración:

Alrededor de 30 emisiones o 6 meses para que el oyente se acostumbre a sintonizar el programa.

2.2. Tiempo de emisión:

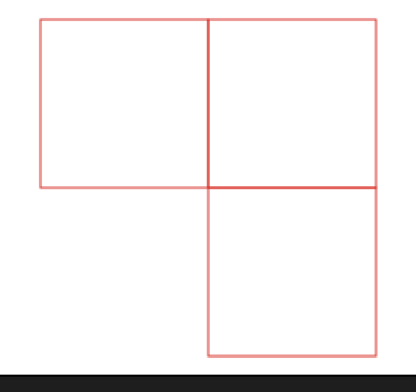
Debe estar en relación directa a su interés y calidad sin dejar de tener en cuenta al público destinatario.

2.3. Elección del horario, la frecuencia

2.3.1. Estudio de audiencias para llegar al mayor número de oyentes potenciales.

2.3.2. Frecuencia: siempre a los mismos días y a las mismas horas.

- Diaria
- Bisemanal
- Semanal
- Mensual



3. EMISIONES "CERO"

Antes de salir "al aire" es conveniente grabar uno o varios programas piloto de prueba y someterlos a una visión crítica para pulirlos. Hay que intentar realizarlo en el mismo tiempo y bajo las mismas condiciones que se van a tener cuando se emita.

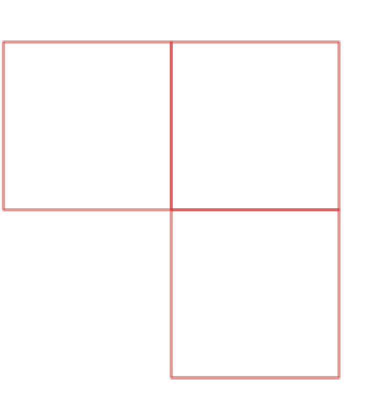




04

Los formatos

4. Formatos



4.1. Estáticos (informativos)

- 4.1.1. Dificultad para mantener la atención del oyente.
- 4.1.2. Menor campo de sugestión e imaginación.
- 4.1.3. Comunicación fría e impersonal.
- 4.1.4. Direccionalidad muy acusada: Unívoca
- 4.1.5. Dificultad para ofrecer elementos de identificación y de participación.
- 4.1.6. Escaso uso de la música.
- 4.1.7. Se cae en conceptos abstractos.
- 4.1.8. La necesaria redundancia y reiteración del mensaje cansa y se desvirtúa.
- 4.1.9. Visión unilateral de las cosas.

4. Formatos

4.2. Dinámicos (programas)

4.2.1. Variedad, atrae a la audiencia; evita la monotonía y la distracción.
4.2.2. Provoca imaginación en el receptor.
4.2.3. Utiliza todos los recursos del medio.
4.2.4. Comunicación cálida, afectiva y emocional.
4.2.5. Evita las abstracciones para humanizar y personalizar el mensaje.
4.2.6. Relación empática con la audiencia; nos ponemos en “su onda”.
4.2.7. Atenúa y mitiga la univocidad del mensaje.
4.2.8. Lleva implícito el mensaje (el oyente piensa).
4.2.9. Se reitera con mayor facilidad sin caer en la monotonía gracias a los diálogos y las situaciones.



4. Formatos. Tipologías

Dinámicos:

- . Magazines
  - . Mañana
  - . Tarde
  - . Noche
- . Tertulias, Debates, Mesas Redondas
- . Musicales
- . Programas Especializados
- . Los programas deportivos
  - . Magazines
  - . Retransmisiones y multitransmisión

Estáticos:

- . Flash
- . Avance
- . Boletín
- . Resumen Informativo
- . "Diario Hablado"
- . Especiales Informativos





05

Programación radiofónica

5. Programación radiofónica

5.1. Definir la personalidad de una emisora o cadena de emisoras.

5.1.1. ¿Qué, cómo y para quién pensamos emitir? "La audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos"*

5.1.2. Definir perfil:

a) Características del medio

b) Objetivos:

1. Periodístico.
2. Musical
3. Entretenimiento
4. Educativo
5. Femenino
6. Juvenil
7. Religioso …



* LÓPEZ VIGIL, José Ignacio: "Radialistas apasionados" Artes Gráficas. Quito. 1.997

5.2. La Programación Radiofónica:

5.2.1. "Lo que sale al aire, lo que se produce en la radio, es lo que comúnmente conocemos como programación radiofónica"

(LÓPEZ VIGIL, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997).

5.2.2. "El término programación en radio puede ser aplicado tanto al proceso de combinar varias unidades de entretenimiento y comerciales dentro de un programa completo en sí mismo, como también puede aplicarse a una distribución de tales unidades dentro de una secuencia de continuidad para un día a la semana"

(DE ANDA Y RAMOS, Francisco: "La radio. El despertar del gigante". Trillas. México, 1997).

5.2.3. "…la programación es el escaparate que constituye el contenido general e imagen que sale al aire y que determina el ser de la radio"

(FIGUEROA, Romeo: "¡Qué onda con la radio!". Alhambra Mexicana. México, 1997).

5.2.4. "La programación radiofónica es la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio…"

(MUÑOZ, José Javier y GIL, César: "La radio. Teoría y práctica". IORTV. Madrid, 1994).

5. Programación radiofónica

EN RESUMEN

a) Siempre tiene que haber una previsión, de lo contrario hablamos de emisión.

b) Siempre es finita,; ninguna dura eternamente (aunque algunos programas se empeñen en desmentirlo).

c) No existe una válida para todas las emisoras. Afecta a:

. Criterios

. Ideología

. Objetivos

. Medios de la empresa radiofónica



5. Programación radiofónica

Busca en COPE | Buscar | COPE | Newsletters | Registrarme

Programación

Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo

12:00 — Herrera en COPE
Lunes a viernes de 06:00h a 13:00h

13:00 — Mediodía COPE
Lunes a viernes de 13:00h a 16:00h

15:00

ONDA CERO — Directo | Programas | Podcast | Noticias | Deportes | Coronavirus | Última hora | Emisoras

lunes 30 | martes 31 | miercoles 1 | jueves 2 | viernes 3 | sabado 4 | domingo 5

Programación de MAÑANA

Más de Uno
Carlos Alsina
06:00 - 12:30

Programación de MEDIODIA

Más de Uno Madrid
Con Pepa Gea
12:30 - 14:00

play radio programación radio rne

Ana Sterling
14:00 a 15:00

15:00 — INFORMATIVOS
Boletines RNE
15:00 a 15:04

15:04 — CIENCIA Y TECNOLOGÍA
A hombros de gigantes
Manuel Seara Valero
15:04 a 16:00

16:00 — Boletines RNE
Toda la información nacional, internacional y deportiva en los diversos boletines informativos de las diferentes cadenas de Radio Nacional.
VISITAR PROGRAMA

16:04 — MAGACÍN
Tarde lo que tarde
Imanol Durán (En verano)
16:04 a 17:00

playSER — EN DIRECTO | A LA CARTA | PARRILLA | BOLETÍN INFORMATIVO | SER

06:00 HOY POR HOY
Àngels Barceló

12:20 PROGRAMACIÓN LOCAL

14:00 HORA 14
José Antonio Marcos

14:05 PROGRAMACIÓN LOCAL

14:30 HORA 14
José Antonio Marcos

15:00 SER DEPORTIVOS
Óscar Egido

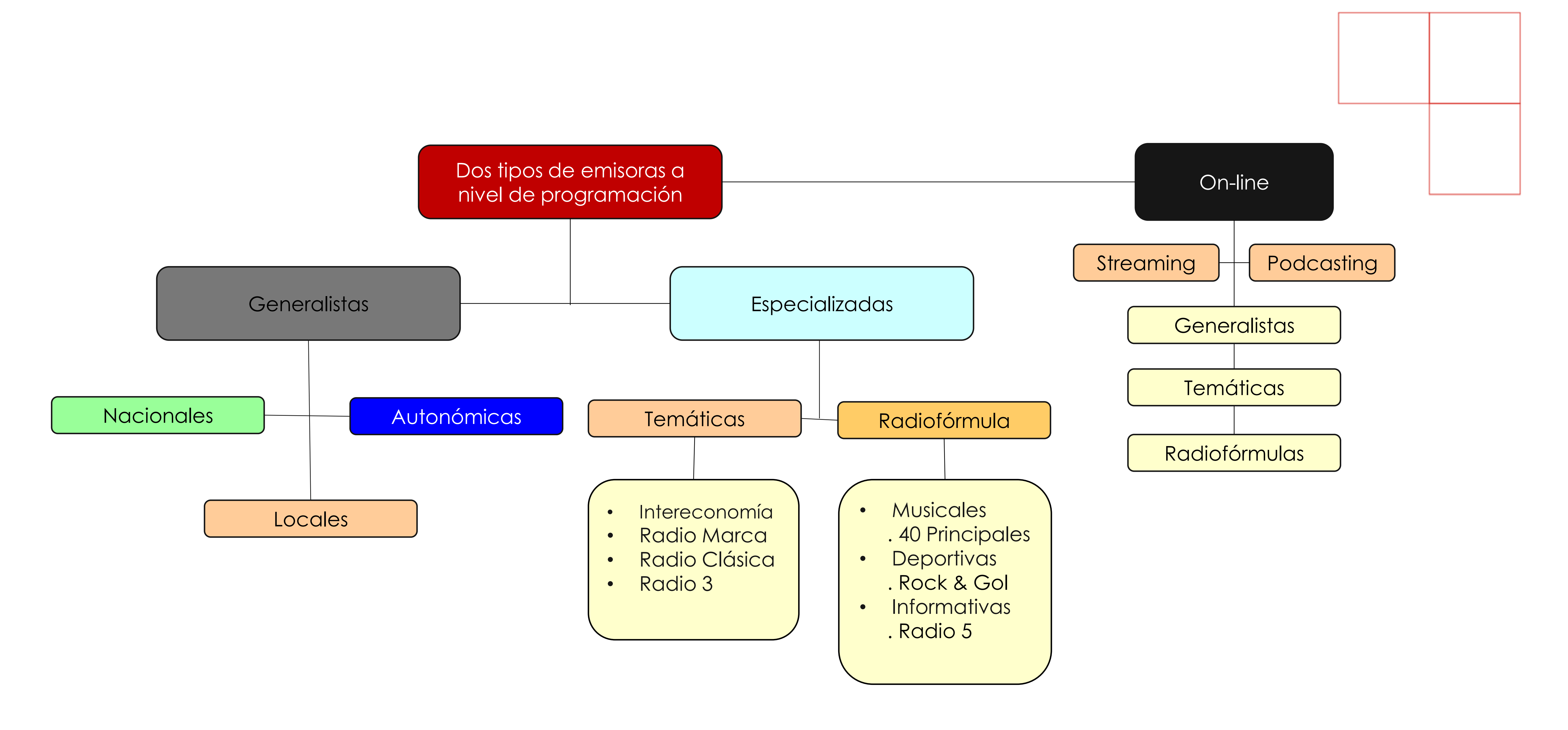
16:00 LA VENTANA
Carles Francino

20:00 HORA 25
Aimar Bretos

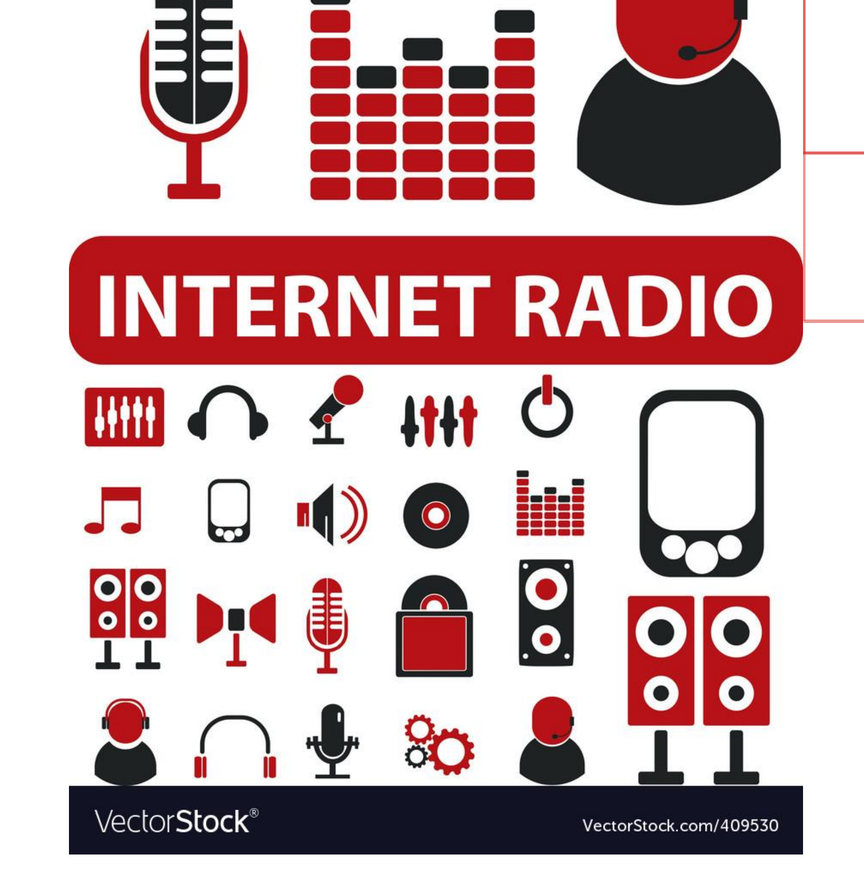
EN DIRECTO - Cadena SER
LA VENTANA
CAMBIAR EMISORA



5. Programación radiofónica



6. Programación radiofónica: La radio en Internet



6.6. La radio por internet

6.6.1. Generalistas:

http://www.cadenaser.com
http://www.cope.es
http://www.ondacero.es
http://www.rtve.es/rne/index.htm
http://www.forta.es/

6.6.2. Especializadas:

http://www.cadena40.es
http://www.rtve.es/rne/rc/index.htm
http://www.rtve.es/radio/radio5/

6.6.3. Temáticas:

http://www.marca.com/multimedia/radiomarca/index.html

6.6.4.Buzones:

http://www.rockola.fm/



7. Diseño de una programación

7.1. Premisas:

a) El perfil y la audiencia condicionan la parrilla.

b) Una rejilla bien diseñada debe mantenerse tiempo en antena para crear "hábito de escucha".

Los ritmos de la radio son constantes y, como los de la naturaleza, crean hábito. Por eso, los programas sueltos o incluso interdiarios nunca han dado mucho resultado. (...)

La periodicidad óptima para un programa de radio es la diaria, de lunes a viernes. Los programas de fin de semana también captan mucha audiencia"

(LÓPEZ VIGIL, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997).

c) No mover el programa de horario ni de día una vez "fijada la audiencia".



7. Diseño de una programación

7.2. Funciones:

7.2.1. Prestar servicio a su audiencia.

7.2.2. Establecer una imagen sonora identificativa.

7.2.3. Buscar y consolidar un mercado.

7.2.4. Buscar calidad y equilibrio en las propuestas: Prestigio.

7.2.5. Investigar de cara a:

a) La publicidad.

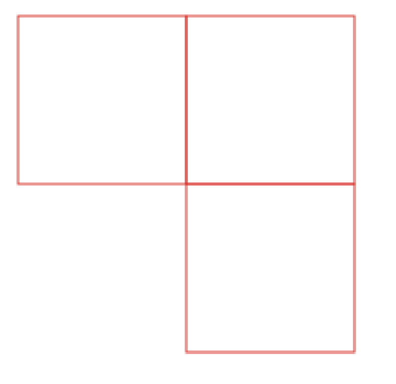
b) Las oscilaciones de las audiencias.

- Control de llamadas, temas, preferencias, peticiones… a nivel interno de la emisora.
- Estudios demoscópicos y de audiometría sobre los mercados, las audiencias del medio, percepción del mismo, hábitos de consumo …





8. Factores condicionantes



8.1. Por el tipo de emisora

- 8.1.1. Pública
  - a) Generalista
  - b) Especializada / Temática / Radio fórmula
- 8.1.2. Privada
  - a) Generalista
  - b) Especializada / Temática / Radio fórmula













8.2. Por el proceso de codificación de la señal*

- 8.2.1. Por modulación de amplitud (Onda Media)
- 8.2.2. Por modulación de frecuencia (F. M.)
- 8.2.3. Por multiplexado (D.A.B.)
- 8.2.4. Por internet
- 8.2.5. Por TDT





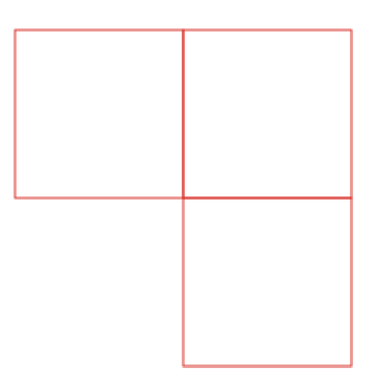









8. Factores condicionantes



8.3. Por su ámbito de cobertura

- 6.3.1. Nacional
- 6.3.2. Regional
- 6.3.3. Autonómico
- 6.3.4. Local
- 6.3.5. Vecinal

8.4. Por unidades de negocio y pertenencia a un grupo empresarial

- 6.4.1. En solitario (Onda Madrid)
- 6.4.2. En cadena (Ser Móstoles)
- 6.4.3. Asociadas (Radio Pontevedra, asociada a la Cadena SER, integra a Radio Arosa; Teide Radio, asociada a la Cadena Onda Cero Radio).
- 6.4.4. Multimedia (www.lastfm.com)
- 6.4.5. D.A.B.





9. Estrategias de programación

EMISORAS LOCALES

PROGRAMA NACIONAL

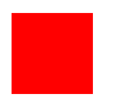
P R O G T E R R I T O R I A L

- EMISIÓN EN DIRECTO
- RADIO A LA CARTA
- CONTENIDOS MULTIMEDIA
- ENLACES CON OTROS MEDIOS DEL GRUPO

- EMISIÓN EN DIRECTO
- RADIO A LA CARTA
- CONTENIDOS MULTIMEDIA
- DESCARGAS
- INTERACITVIDAD

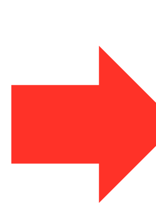
- MULTIPLEXOR NACIONAL
  . M. NAC. CON DESCONEXIÓN
  . M. NAC. SIN DESCONEXIÓN
- MULTIPLEXOR LOCAL
  . M. LOCAL CON DESCONEXIÓN
  . M. LOCAL SIN DESCONEXIÓN





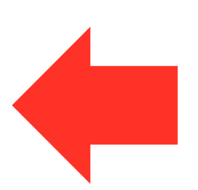
10. Convergencia digital

REDES
- Ondas hertz.
- DAB
- IBOC
- DRM (Digital Radio Mondiale)
- TDT
- Internet
  - Streaming
- Smartphone
- 3G, 4G, 5G

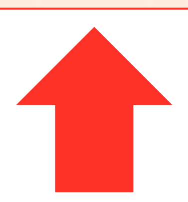




MÚSICA



SERVICIOS
- Información
  - Noticias
    - Texto
    - Audio
    - Vídeo
    - Foto
- Entretenimiento
  - Juegos
  - Interacción
  - Contacto



TERMINALES
- Transistor
- TDT
- DAB
- Smartphone
- Dispositivos móviles
- Ordenador
- Tableta

A LA CARTA
- Podcasting

FIDELIZACIÓN



Universidad Europea

Ve más allá